



# 苏州打造国际化 MICE 城市尚需时日

■ 本报记者 慢舟

去年,苏州工业园区内的金鸡湖景区因被国家旅游局授予国内首个“国家商务旅游示范区”,而一时间名声大噪。这个示范区按照“园区即景区,商务即旅游”的功能布局,以金鸡湖为中心,打造出文化会展区、时尚购物区、城市观光区、中央水景区四大功能区。力图商务旅游人士提供会务、展览、考察、观光、度假等综合性商务活动配套。

今年4月的金鸡湖商务旅游节上,金鸡湖景区的世界第一天幕、华东地区最大水幕电影和第一视觉盛宴《苏show》“三幕”奇观,首次华丽亮相,意在给中外游客留下深刻的“现代苏州”印象。

近日,苏州金鸡湖景区又提出,要不断扩大“金鸡湖国际商务旅游目的地”的品牌影响力,计划用5年时间把“金鸡湖国际商务旅游合作发展峰会”打造成为全国商务旅游学术研究最高平台。

由此可见,苏州在继续发扬其传统旅游的同时,对新兴商务旅游市场的开发,也同样雄心勃勃。

## “根红苗正”的商务旅游示范区

在近期的国际商务、会奖旅游论坛上,记者见到了苏州市旅游局旅游促进处处长王如东,谈起苏州这几年在 MICE 方面取得的成绩,他的言语间满是骄傲与自豪。他认为,金鸡湖国家商务旅游示范区从诞生之日起,便“根红苗正”,出身优越。“中国和新加坡早在17年前便开始合作开发的苏州工业园区项目,从定位上讲就非常准确、到位。新加坡本身就是一个注重发展商务、会议、旅游的国家。因此,这个项目的功能规划和布局在当时就很超前。新加坡前总理李光耀来到这里参观后,都感慨苏州工业园区是‘青出于蓝而胜于蓝’。这个‘好底子’让苏

州更适合走商务和旅游共同发展的道路。”同时,他认为,苏州工业发展这么多年,也自然聚集了很多商务资源,形成了浓厚的商业氛围。“世界500强有100多家落户苏州,也带来了参与合作和管理的大批外方人员,外向经济的商务活动大幅增加。可以说前十多年苏州以投资、建设、生产为主,而这几年则在不断聚集商务资源,我们认为有理由和基础打造商务旅游。我们的商务旅游示范区里有中国最大的城市湖泊金鸡湖,面积比西湖还要大;沿湖有多家高级酒店、文化中心和会展设施。湖面上停靠的76艘游艇随时待命,为商务人士提供会议和休闲服务……”

真是“谁不说俺家乡好”,王如东还谈到了斥资30多亿元的“苏州鸟巢”,华东地区数得着的博览中心,世界最大的天幕,以及最顶级的高尔夫球场……据说这令人眼花缭乱的布局,让前来验收的国家旅游局官员们都为之“折服”,认为苏州在商务、旅游紧密结合方面具有代表意义,第一块商务旅游示范区的金字招牌非苏州莫属。

## 做示范项目,还是旅游项目?

的确,在苏州工业园区发展旅游,对完善苏州的城市旅游产品体系,扩展苏州的城市旅游空间结构都有着非凡的意义。现阶段苏州旅游产品仍然是以“三古一湖”(古典园林、千年古城、江南古镇和太湖风光)传统观光游览为主,而工业园区可以凭借其现代服务设施健全、商务会议频繁等优势,大力发展休闲、度假、商务、会展等现代旅游产品;此外,随着工业园区转型成为苏州的新城区,苏州的城市空间结构将从“单中心”(古城)变成“双中心”(古城与新城),也将为苏州城市旅游发展提供新的增长极。

然而,仅仅靠“斥巨资”就能让号称“东方水城”的苏州,从商务旅游城市品牌中脱

颖而出么?

进入新世纪以来,苏州提出在“天堂苏州”的基础上,努力打造“东方水城”的旅游新形象。然而,工业园区的“东方水城”旅游品牌形象短期内一直没有树立起来,市场认知度低。比如在“最能代表苏州旅游形象的景区”的调查项目中,名列前10位的依次是拙政园、虎丘、寒山寺、周庄古镇、苏州乐园、太湖、金鸡湖商业广场、苏州国际博览中心、同里古镇和苏州国际会展中心,苏州工业园区内景区排名靠后。因此,苏州工业园区的商务旅游业务和设立专门的商务旅游线路工作,一直未得到开展。

地方政府为促进园区商务旅游业的发展,投入了大量的人力和财力,但投资收益并不太理想。园区管委会仅2007年就投资19.37亿元,修建了重元寺、科技文化艺术中心和时代广场等9大与旅游相关的项目。据业内人士反映,除科技文化艺术中心收益较好外,其它项目则不甚理想。例如,投入1.9亿元建设的重元寺,除免费入寺的前3个月游客众多外,其它时间门可罗雀;而现代休闲广场自2006年开业以来,一直鲜有游客,致使经营户频繁转手,空置率很高。这仿佛证明着,该项目更多地是一个“示范”项目,而非真正的旅游项目。

## 怎样才能让文化成为 MICE 城市的招牌?

苏州发展 MICE 品牌,一直在主打文化内涵牌。没错,苏州园林和昆曲分别是世界级的物质遗产和非物质文化遗产,苏州还有丰富的历史遗存令游人流连,甚至苏州古城本身就是一个大景区。然而,有些令人失望的是,走在苏州城普通的街道上,你很难感受到苏州深厚的文化内涵,往往看到的是拥挤不堪的街市和一些粗糙的公用设施。而在以艺术闻名世界的巴黎,无论



走在任何一条狭小街道,都能感受到扑面而来的艺术气息。随处可以见到雕刻精美的石像,和装点得精致、漂亮的商店、食肆。如果艺术和文化一定要到高高在上的殿堂里享用的话,就很难说,这样的文化能成为一个城市的招牌了。

根据政协苏州市第十二届二次会议028号提案,苏州现代服务业发展面临国际资本结构性转移、产业结构调整、中央深化改革和城市化的众多机遇。但是,商务环境的发展水平和层次相对较低,制约了苏州现代服务业的发展。苏州国际博览中心、科技文化中心等大型会展设施的管理都是委托给境外或者台湾等地的机构负责的,这从侧面反映了苏州管理咨询、教育培训、会展服务等生产性服务行业发展滞后,人才不足。

同时,苏州目前现代服务业发展水平不高、商务层次不高,商务人员的文明素养亟需提升。而政府提供的公共服务也不到位,公共文化设施总量不足,开放度不高,不利于提升商务人员的素质。苏州现代服务业发展的突

破口和着力点也不明确,发展前景模糊,很多地方还在用发展工业的思路去发展现代服务业,招商引资还是靠拼土地、拼优惠。

文化是一个民族的根、是一个城市的魂,人文精神是一个城市的脉,苏州要想把自己打造成国际化的 MICE 城市,还得靠独有的城市特色和人文精神,以及现代化、高品质的城市服务。而且一个金鸡湖、一个会展中心,一方巨大的天幕,都不足以打造苏州的商务旅游形象,一个城市的 MICE 要素之间更需要相互支撑和配合。而苏州的 MICE 产品还是零碎的,个体的,影响很难做大,城市 MICE 品牌也远未形成。记者从王如东那里获悉,苏州已经成立了具有会议局功能的苏州会议协会,专司城市各 MICE 要素间的配合、协调。这也算是苏州发展 MICE 走出的坚实一步。



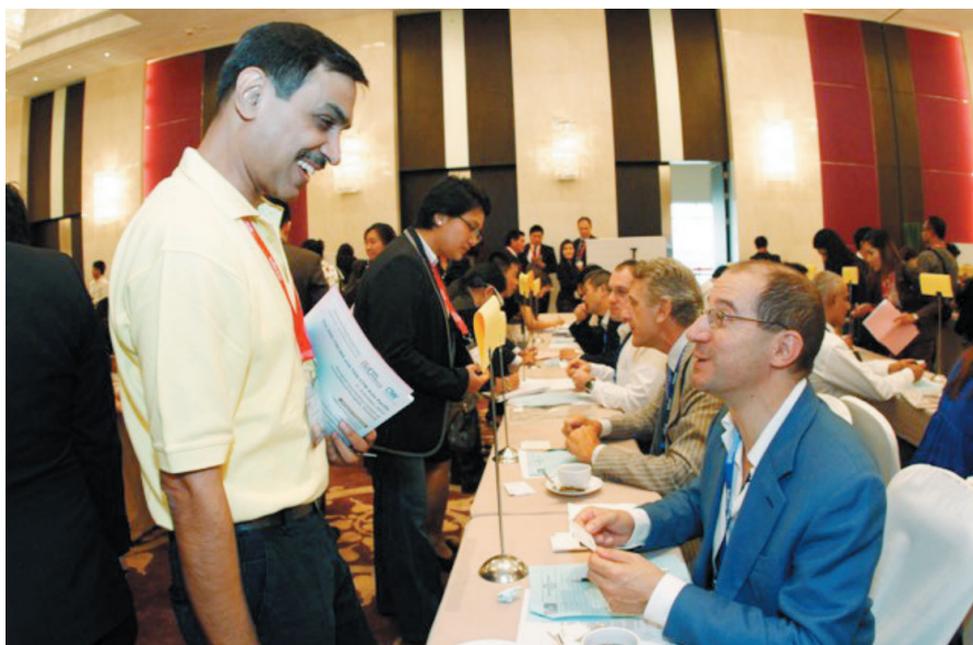
会奖城市

亚洲奖励旅游及大会博览会(ITCMA&CTW)日前在泰国曼谷举行,该展会是亚太地区会议展览服务业第一大展。此次活动共有来自60个国家和地区的2457名代表出席,创下历届参加人数之最。IT&CMA是亚洲规模最大的 MICE 展,今年已是第19届,14年前它将亚太地区的另一商旅盛会 CTW(Corporate Travel World)也吸纳进来同期举办,至此该展会成为亚洲地区 MICE 行业难得的双合一的活动。

活动主办方 TTG 亚洲媒体有限公司1974年成立于新加坡,是亚太地区领先的出版商和旅游业内活动的组织者。其出版物和展览为企业在亚太地区进行旅游市场营销提供良好契机和解决方案,是亚太地区旅游业界公认的专业旅游媒体。

在此次活动中,泰国会议展览局(TCEB)表示将为会议和活动策划者提供尽可能多的特别安排,包括:快速通关,寻找适合活动主题的演讲嘉宾,协助提供合适的活动场地、酒店及各种资源信息。泰国会议展览局为2011年设定的收入目标为:接待72万会展访客,560亿泰铢收入。泰国会议展览局主席阿卡彭·苏拉素差表示,希望未来五年泰国的 MICE 业收入每年能获得25%的增长。

图为2011年亚洲奖励旅游及大会博览会买方和卖方会谈现场。(傅立钢)



## 商务旅游过度开发是祸不是福

■ 胡心媛

近些年来,随着商务旅游的发展,旅游景点房地产开发,高尔夫球场、温泉SPA、花园别墅、星级酒店应运而生。

无疑,旅游资源的开发能够使旅游目的地的经济得以发展,然而,在发展旅游的过程当中,人们往往忽略了生态的可持续发展,为了吸引游客,许多旅游景点使出浑身解数。在中国的每一个省份、每一个城市都会有大大小小的旅游地产。有的依山傍水而居,有的开山辟林而造,有的填湖截水而修,甚为壮观。然而,在“旅游”、“生态”等美丽头衔的背后,商业化、城市化和私有化侵蚀风景名胜区的现象愈演愈烈。

位于贵阳市东北郊的东风镇,拥有当地最好的良田,是远近闻名的粮仓。然而,尽管山多田少,当地的数千亩耕地依然被征用,用来建设乐湾国际地产项目,以打造贵阳第一座温泉高尔夫别墅城。据了解,乐湾国际致力打造成为贵州乃至西南地区品质高端,功能强大,以温泉旅游为主题的,集生态、体育、商务、休闲、宜居功能为一体的5A级旅游度假区。值得注意的是,该建设项目规划占地总面积约8.17平方公里(约合12255亩),面积如此大的建设项目,地从何来?

此前,国家虽已三令五申,要求暂停别墅和高尔夫球场的供地,但是东风镇却与国家的规定“打擦边球”,为打造旅游“胜地”大兴土木。在不久的将来,这里将不再稻花飘香,取而代之的是一栋栋高档别墅和大片高尔夫球场。

“高尔夫”无疑是这个时代背景下,备受商务旅游人士推崇的一种高品质的运动方式。在全国许多省市,宣传当地高尔夫球场的广告随处可见。在大众眼里,商务旅游与高尔夫球场、星级酒店等一系列高档休闲方式是一体的。要打造商务旅游区,建设星级酒店、高尔夫球场也就成了必不可少的配套设施。发展旅游的初衷固然是好的,但配套设施的建设却有着“寅吃卯粮”的嫌疑。

尽管,商务旅游的发展推高了旅游市场的高度,但很多时候是否应该深思,商务旅游的发展带来的究竟是“福”还是“祸”?

对于开发旅游业,邻国日本的一些理念值得中国借鉴。日本《观光立国推进基本法》规定“发展旅游业,首先要打造令当地居民充满自豪感的生活环境,丰富国民生活”。简而言之,发展旅游要注重民生。民生第一,其次才是财政收入。因此,日本在发展经济、开发旅游的过程中也曾遇到征用土地问题,但却从未发生过因此引发的社会矛盾。作为我国国民经济主要产业之一,旅游最终的目的是提高国民的生活质量,提升民众的幸福指数。因此,如果在发展的名义下,损害了民众的利益,影响了政府的公信力,再繁华的商务旅游目的地也会变得毫无意义了。

## 反季节之旅——商务南澳在路上

■ 本报记者 董轩

以往,会奖旅游目的地的范围似乎只局限于会议召开地,但随着会奖旅游的发展以及会奖旅游多元化,会议城市的周边地区也逐渐被纳入了会奖旅游目的地的范围当中。

10月,南澳大利亚即将进入夏季。对于中国游客来说,此时去澳大利亚可以体验到南半球的反季节之旅。地处澳大利亚大陆中心位置的南澳大利亚,不仅有着“节日之州”的绰号,更有着“澳大利亚佳酿之都”的美誉。

尽管,南澳不是大型商务会议的召开地,但南澳却是各界商务人士所热衷前往的旅游目的地。到南澳大利亚州首府阿德莱德,在步行街蓝道喝杯咖啡,去中央市场转转;起身前往芭罗莎,进行一次百年酒庄探寻之旅;飞袋鼠岛,领略澳大利亚最美的自然景观……惬意的商旅氛围弥漫着整个南澳。

### 休闲小憩游南澳

由于与会奖城市悉尼毗邻,到南澳旅游,可以很形象地被看作是会议之后的小憩。南澳的首府阿德莱德位于洛夫蒂山脉与平静的圣文生湾之间,被青葱翠绿的花园丛林所环绕,拥有田园诗般的景致,

是一个质朴与优雅兼容的都市,常被形容为“花园中的城市”。阿德莱德是一个非常美的城市,有着古雅的历史建筑和幽静的街巷,散发着浓厚的欧陆风情。城市不大,观光景点集中,免费的环城巴士可送你去各景点游览。

记者从南澳大利亚旅游局得知,到阿德莱德,北方大道是不得不去的景点之一,在那里可欣赏到独具一格的殖民时代的建筑,如南澳博物馆、南澳艺术馆及大学城;而蓝道则是一条极富盛名的步行街,在那里,聚集了澳大利亚时装设计师的品牌专卖店,当游客们边走边看时,会有很多惊喜。

但提到南澳惬意,最好的还是在街边的咖啡店,来一杯浓香咖啡,看看来往的行人,即可享受片刻异乡的慢生活。

在南澳的,每年还有多达400个节日和运动盛事相继举行。

### 美食佳酿品南澳

其实无论是商务旅游还是个人旅游,品尝当地美食是必不可少的环节。据南澳旅游局负责人介绍,目前南澳已推出了多个度身设计的团体及个人旅程,让旅客与南澳大利亚最著名酿酒厂的灵魂人物会面。旅客可按各自喜好,参加“品尝南澳大利亚”的不同旅程,畅游五大主

要酿酒区或自选欲到访的酿酒区。旅客更可参与当地的烹饪班,一享烹饪之乐。

如果对葡萄酒有一定的研究,就一定不会不知道南澳大利亚著名的芭罗莎顶级葡萄酒。在这里,芭罗莎顶级葡萄酒为游客提供了一系列尊贵私人的“芭罗莎星级体验”。据了解,区内9间顶级精品酿酒厂为酒店住客独家开放。杰卡斯游客中心是芭罗莎的游客接待中心,这里有专业品酒人做导游,为游客介绍当地酿造技术和葡萄酒栽培技术的情况,以及教游客如何品鉴葡萄酒。品过美酒之后,便可奔赴玛吉酒庄,开始百年酒庄探寻之旅。据悉,玛吉酒庄建于1844年,现有葡萄酒5.2公顷,已被列入历史文化遗产。在这里的百年酒庄,你可以了解150年的酿酒历史。

除了美酒,南澳的美食也毫不逊色。汇聚了澳大利亚顶级美食、葡萄酒及啤酒的国际美食节从首办至今已11年。美食节不但云集数以百计来自澳大利亚及世界各地的顶级大厨,更荟萃了多位侍酒师、餐厅东主及餐饮旅游界传媒,吸引了各个层面的美食爱好者前往南澳大利亚阿德莱德参与这个盛会。据了解,2010年的美食节共吸引了全球5万名人士参与这个为期8天的美食盛会。

的确,南澳大利亚是美酒佳肴的天

堂。在阿德莱德的街头和菲尔半岛的沙滩上,随处可见人们享受美食的情景。也许,清洁的空气,幽静且不那么拥挤的街道以及轻松的节奏给了人们空间,在自然开放的环境下品味美妙的红酒,精致的菜肴。

### 多条线路游南澳

近日,南澳大利亚旅游局宣布任命原副主席 Jane Jeffreys 女士为新一届主席,并表示其丰富的行业经验和卓越的管理才能将在为董事会注入新活力的同时,为南澳大利亚旅游业带来新的契机。

南澳大利亚旅游局中国区经理孙海瑛表示,“我们非常重视中国市场,并一直致力于在这个竞争激烈的市场上树立南澳大利亚州自己的品牌和特色。”据了解,南澳大利亚旅游局已携手国内各大主要品牌旅游社,推出了包括“品酒游”、“自驾游”以及“商务游”在内的多条主题线路,并通过联合国最具影响力的几大旅游休闲类媒体举办各类有奖互动活动的方式,加强旅游产品的宣传和推广。



商旅聚焦